

**Impression alimentaire**Postée le **07/10/2025****Description générale****Fiche d'identité de la société****Forme juridique :** SARL**Ancienneté de la société :** Entre 5 et 10 ans**Localisation du siège :** Finistère, Bretagne, France**Résumé général de l'activité**

Entreprise artisanale innovante spécialisée dans l'impression alimentaire personnalisée sur biscuits, sucettes, dragées, guimauves, nougats et autres friandises.

La société réalise des impressions haute définition sur différents supports comestibles pour des professionnels de la restauration, de l'événementiel et de la confiserie, ainsi que pour des particuliers via un site marchand.

Basée actuellement en Bretagne, l'activité peut être déplacée facilement dans tout autre secteur géographique.

Activité délocalisable.

**En plus**

La société possède une ou plusieurs marques déposées à l'inpi

La société travaille à l'export

**A propos de la cession****Type de cession envisagée :** Majoritaire**Raison principale de la cession :** Départ à la retraite

## Compléments :

Cette cession n'est pas motivée par des difficultés mais par une volonté de transmettre à un repreneur en mesure de développer davantage le potentiel de l'activité. L'entreprise dispose déjà d'une clientèle fidèle, de partenariats actifs et d'un savoir-faire reconnu. Le marché de l'impression alimentaire est en forte croissance et offre de nombreuses opportunités de développement (événementiel, grande distribution, export, diversification produits). Le repreneur pourra s'appuyer sur des bases solides et un outil de production opérationnel, tout en donnant à l'entreprise l'élan nécessaire pour franchir un nouveau cap.

## Eléments chiffrés

En k€/année	2022	2023	2024	2025
<b>CA</b>		130	130	
<b>Marge brute</b>		85	90	
<b>EBC</b>		20	20	
<b>Résultat exploitation</b>		15	15	
<b>Résultat net</b>		5	15	
<b>Nb. de personnes</b>		1	1	

## Autres chiffres

**Fonds propres** : 25 k€

## Position / concurrence

## Positionnement par rapport au marché

Le marché de l'impression alimentaire est en plein essor : valorisé à quelques centaines de millions de dollars aujourd'hui, il pourrait atteindre plusieurs milliards d'ici 2030-2034 selon les rapports. Le taux de croissance annuel moyen (TCAC) tourne autour de +30-40 % dans certaines études. Cela montre qu'il y a une demande croissante pour des aliments personnalisés, esthétiques, décoratifs, que ce soit pour le commerce (restauration, traiteurs, événementiel) ou le grand public. Les entreprises alimentaires et les commerces sont de plus en plus à la recherche de valeurs ajoutées visuelles : logos, motifs, personnalisation de produit, etc., pour se démarquer. Le marketing sensoriel et l'apparence 'instagrammable' des produits comptent beaucoup. Clientèle diversifiée :

plus de 4 000 clients référencés, dont de nombreux restaurants avec commandes récurrentes, des agences événementielles partenaires, de grandes enseignes et un agent commercial indépendant. Les produits sont également prêts à être distribués en magasin.

## Concurrence

D'autres entreprises qui font de l'impression alimentaire à façon. Le 'fait maison' / petits artisans : pâtissiers, chocolatiers qui utilisent des équipements plus modestes mais peuvent répondre à des commandes locales, personnalisées. Ce segment joue un rôle de concurrence sur les volumes petits, sur la proximité, souvent sur des tarifs premium.

## Points forts / faibles

### Points forts

Savoir-faire reconnu dans le domaine de l'impression alimentaire.

Clientèle fidélisée (restaurants, événementiel, commandes récurrentes) + un nombre solide de contacts clients (? 4000), ce qui donne une base à valoriser.

Plusieurs machines de capacité variée. De plus la société est prête pour une montée en puissance (investissement en cours d'imprimante en ligne continue). Cela permet de couvrir des volumes et des types de demande diversifiés.

Site marchand.

Produits prêts pour une distribution en magasin, boutiques cadeaux, tourisme gastronomique.

Activité délocalisable, possibilité de se rapprocher des marchés porteurs.

Très bonne visibilité sur internet.

Bonne notoriété.

### Points faibles

Proximité géographique : l'entreprise gagnerait à être à proximité d'une grande ville. Ne serait-ce que par la possibilité de faire appel à des agences d'intérim lorsque la charge de travail est importante.

## Complément d'information

## Eléments complémentaires

Prix de cession souhaité : **120 k€**

Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur le dossier : **30 k€ k€**

## Profil de repreneur recherché

Personne physique ou morale

## Complément sur le profil de repreneur recherché

Artisan / PME agroalimentaire.

Biscuiterie, confiserie, chocolaterie, pâtisserie industrielle, qui ont l'avantage d'avoir déjà la matière (biscuits, bonbons) et cherchent à ajouter une valeur différenciante (personnalisation).

Agence événementielle ou de communication culinaire pour proposer des produits personnalisés lors de salons, mariages, séminaires, événements d'entreprise.

Entrepreneur individuel ou investisseur.

Quelqu'un qui cherche à se lancer dans une activité innovante, avec un marché en croissance.

Il doit avoir le profil gestionnaire et une vision développement (recrutement, prospection, digital).

Distributeur alimentaire / société dans la fête ou le cadeau personnalisé.

Magasins de souvenirs, grossistes pour mariages/événements, sociétés de goodies personnalisés.